

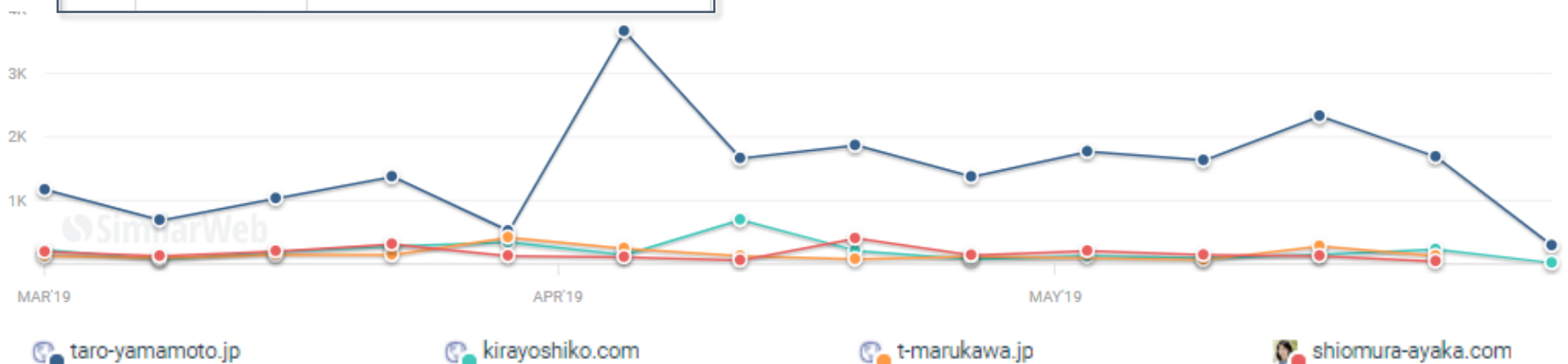
参院選東京選挙区 デジタル情勢分析 (6月26日)

	Keyword (12)	Traffic Share ↓
1	山本太郎	78.72%
2	吉良よし子	6.15%
3	丸川珠代	4.78%
4	塩村文夏	3.98%
5	山岸一生	2.93%
6	吉良佳子	1.25%
7	武見敬三	0.75%
8	塩村あやか	0.66%
9	山口那津男	0.44%
10	水野素子	0.22%
11	山口なつお	0.10%
12	水野もと子	0%

【概要】

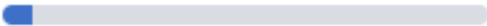
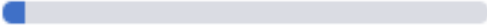
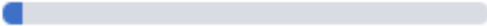
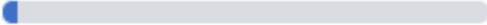
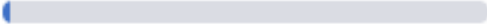
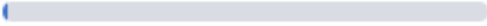
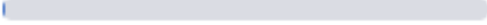
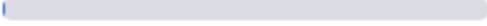
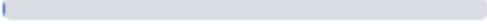
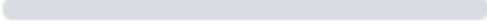
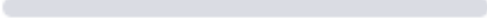
山本太郎氏が個人名検索**78%**で圧倒。高齢者のアクセスが多い。吉良氏**7%**、丸川氏**5%**、若年層のアクセスでは、両氏が善戦。塩村氏は1月、2月の勢いが減少。山口氏は個人名以外の検索から**29.512**アクセスを獲得。

※吉良氏は漢字とひらがなを足して計算した。



【個人名 検索ランキング】 102.200件の検索のうち

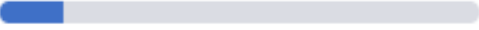
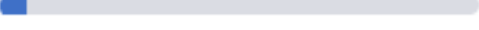
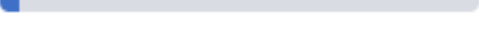
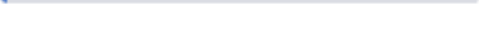
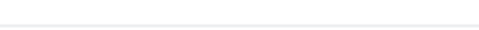
直近
1カ月

	Keyword (12)	Traffic Share ↓
1	山本太郎	78.72% 
2	吉良よし子	6.15% 
3	丸川珠代	4.78% 
4	塩村文夏	3.98% 
5	山岸一生	2.93% 
6	吉良佳子	1.25% 
7	武見敬三	0.75% 
8	塩村あやか	0.66% 
9	山口那津男	0.44% 
10	水野素子	0.22% 
11	山口なつお	0.10% 
12	水野もと子	0% 

1 位 山本氏78% 2位 吉良氏7% 3位 丸川氏4%

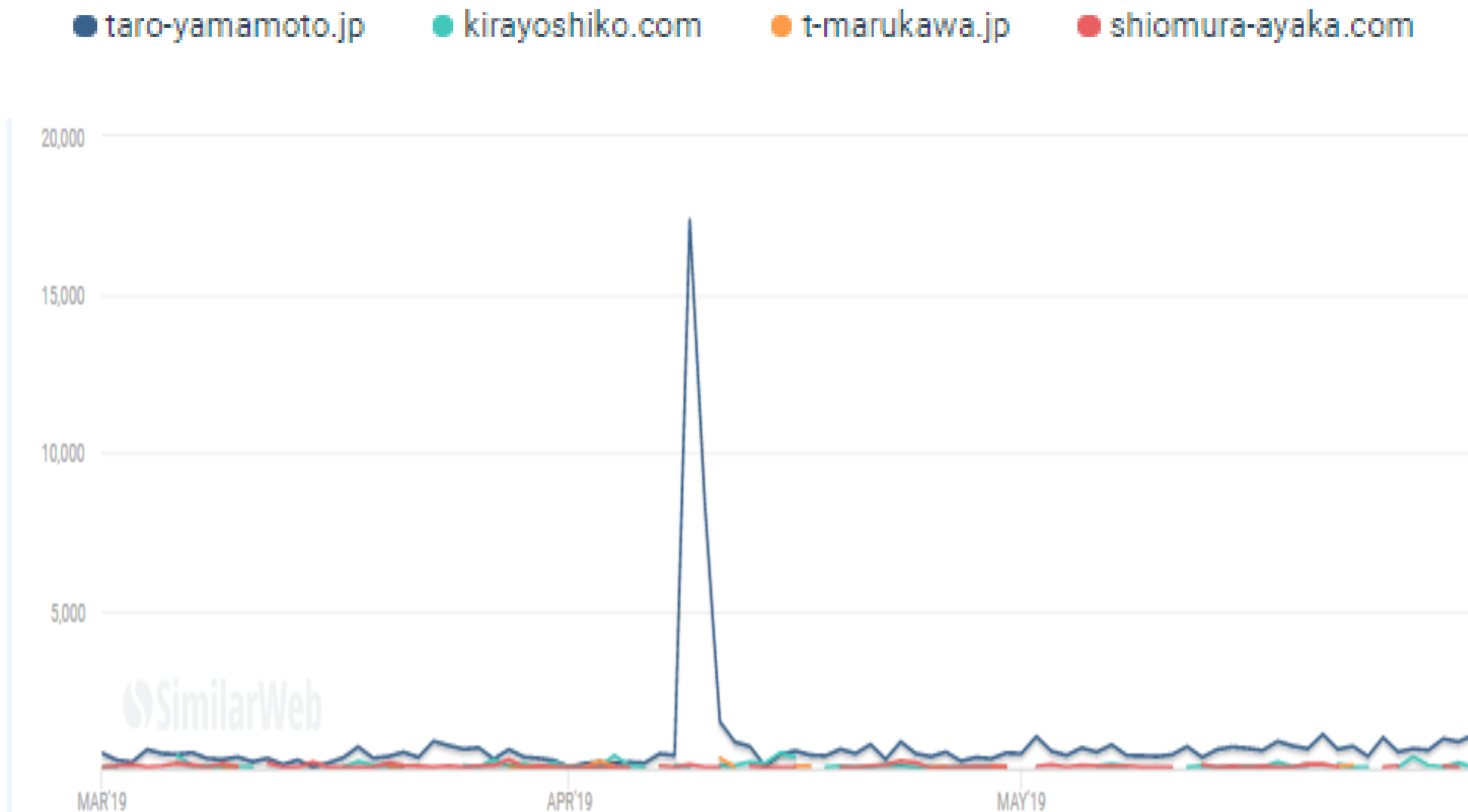
【個人名 検索ランキング】 最近 3 カ月 289.220件

直近
3カ月

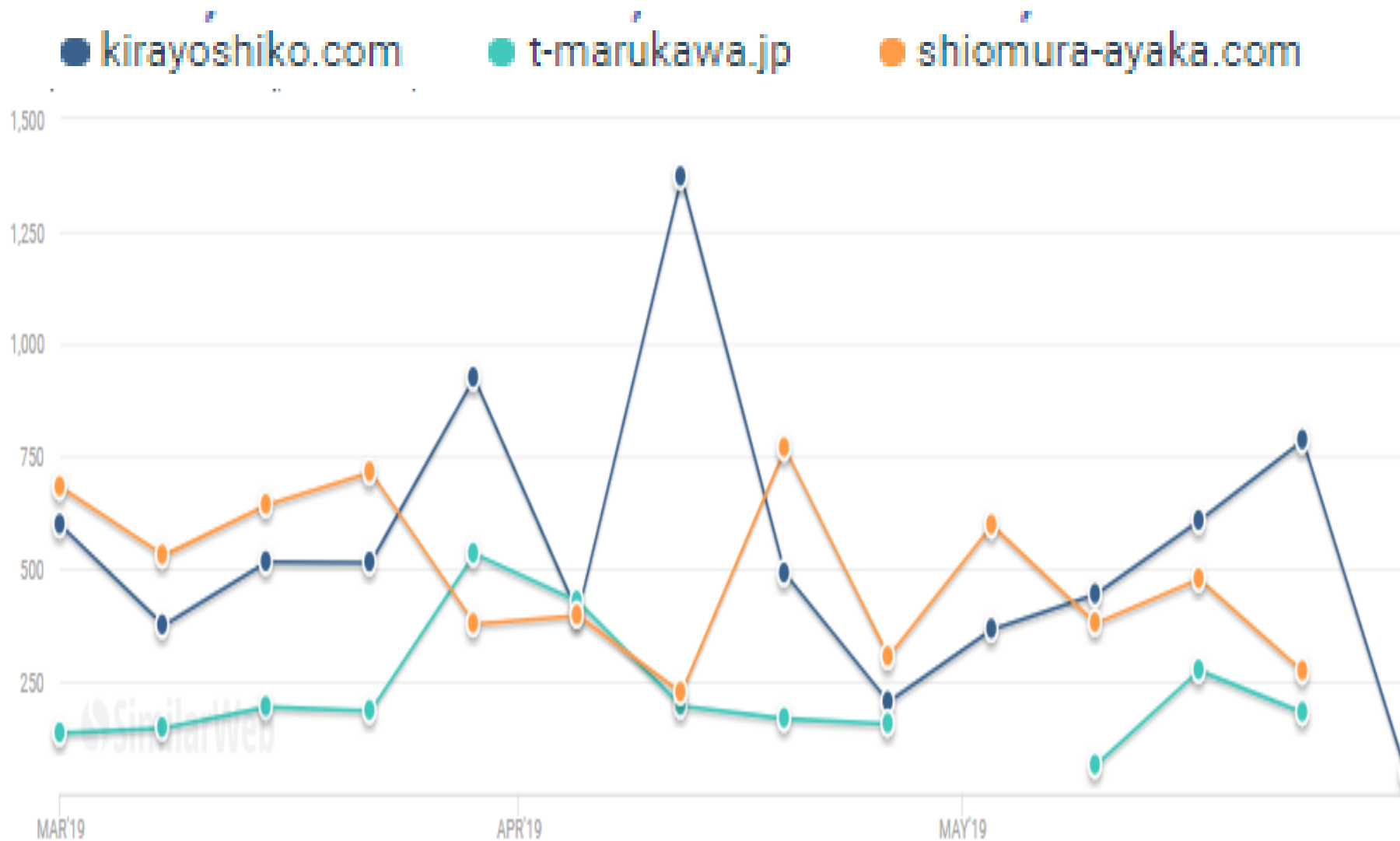
	Keyword (12)	Traffic Share ↓
1	山本太郎	72.20% 
2	吉良よし子	13.34% 
3	丸川珠代	5.49% 
4	塩村文夏	4.08% 
5	吉良佳子	1.33% 
6	山岸一生	1.02% 
7	武見敬三	1.02% 
8	塩村あやか	0.78% 
9	山口那津男	0.52% 
10	山口なつお	0.14% 
11	水野素子	0.08% 
12	水野もと子	0% 

1 位 山本氏72% 2位吉良氏14% 3位丸川氏 5 %
3カ月と 1 カ月の差で、山本氏の増加ぶりが顕著

山本太郎氏は、4月9日の1日に大量のアクセスを稼いだ。



2位から4位のアクセス数の変化 吉良と塩村は2位を取り合い競争



【上位4人の比較】

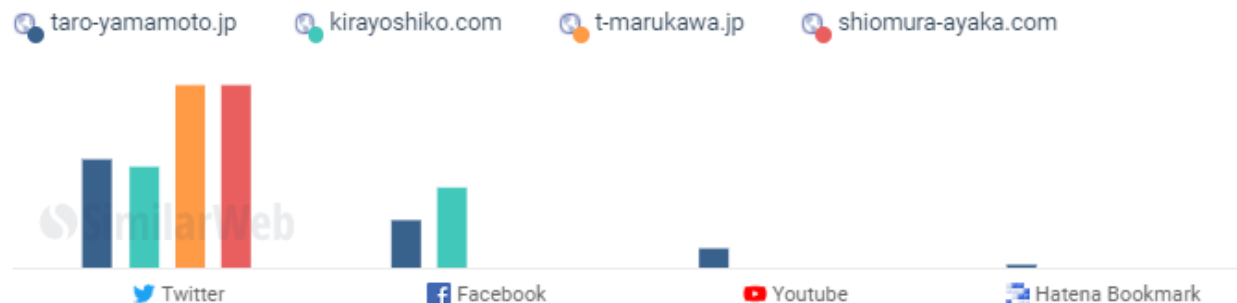
流入チャネル概要 ①

Mar 2019 - May 2019, 🌐 ワールドワイド 🖥 デスクトップのみ



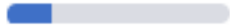
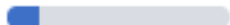
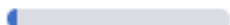
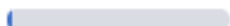
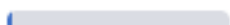
ソーシャルトラフィック ①

Mar 2019 - May 2019, 🌐 ワールドワイド 🖥 デスクトップのみ



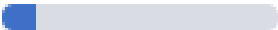
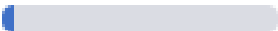
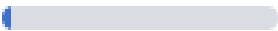
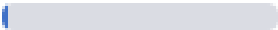
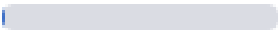
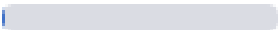
Twitterからの流入は丸川氏、塩村氏、FBから山本氏、吉良氏

「山本太郎」の検索後

Domain (86)		Traffic Share ↓
1	 ja.wikipedia.org	49.13% 
2	 twitter.com	20.27% 
3	 taro-yamamoto.jp	13.79% 
4	 ameblo.jp	3.56% 
5	 news.nicovideo.jp	1.93% 
6	 sankei.com	1.44% 
7	 matome.naver.jp	1.27% 
8	 data-max.co.jp	0.86% 
9	 hbol.jp	0.78% 
10	 blogos.com	0.71% 

自らのHPへの流入は13%、Twitterは20%にとどまる。
WIKIに49%に流入してしまっている。

「吉良佳子」の検索後

Domain (7)		Traffic Share ↓
1	 ja.wikipedia.org	77.34% 
2	 kirayoshiko.com	12.07% 
3	 abematimes.com	4.08% 
4	 blogs.yahoo.co.jp	3.22% 
5	 togetter.com	1.51% 
6	 matome.naver.jp	1.10% 
7	 twitter.com	0.69% 

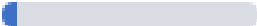
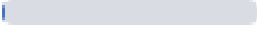
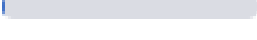
自らのHPへの流入は12%
WIKIに77%に流入してしまっている。

「丸川珠代」の検索後

1	 ja.wikipedia.org	76.71%	
2	 t-marukawa.jp	16.68%	
3	 twitter.com	4.13%	
4	 dailyshincho.jp	0.69%	
5	 jimin.jp	0.69%	
6	 newsman-sokuhou.doorb...	0.30%	
7	 news-postseven.com	0.23%	
8	 seikeidouga.blog.jp	0.19%	
9	 matome.naver.jp	0.13%	
10	 instagram.com	0.08%	

自らのHPへの流入は16%
WIKIに76%に流入してしまっている。

「塩村文夏」の検索後

Domain (23)		Traffic Share ↓
1	 ja.wikipedia.org	71.68% 
2	 shiomura-ayaka.com	13.20% 
3	 matome.naver.jp	4.97% 
4	 sankei.com	3.07% 
5	 tokyo-sports.co.jp	1.07% 
6	 dic.nicovideo.jp	0.95% 
7	 twitter.com	0.91% 
8	 yahoo.co.jp (2)	0.87% 
9	 asahi.com	0.64% 

自らのHPへの流入は13%、WIKIに71%に流入してしまっている。
1月と2月は、それぞれ14800件のアクセスがあったが減少した。

【検索上位4名】それぞれの流入別。

taro-yamamoto.jp kirayoshiko.com t-marukawa.jp shiomura-ayaka.com			
Traffic Source (33)	Source Type	Group Traffic Share ↓	Group Share Split
1 Direct	Direct	58.55%	81.9%
2 Yahoo Search	Search / Organic	18.02%	70.1% 12.7%
3 Google Search	Search / Organic	11.64%	81.5%
4 Twitter	Social	3.51%	95.8%
5 Facebook	Social	1.57%	96.9%
6 Bing Search	Search / Organic	1.31%	100%
7 yamamototaro-project.com	Referral	0.79%	100%
8 ja.wikipedia.org	Referral	0.70%	79.4% 15.2%
9 Youtube	Social	0.62%	100%

ほぼ山本の圧勝だが、ヤフーだけは他の予定候補が善戦した。

【検索上位 4 名】性別のアクセス

利用者層

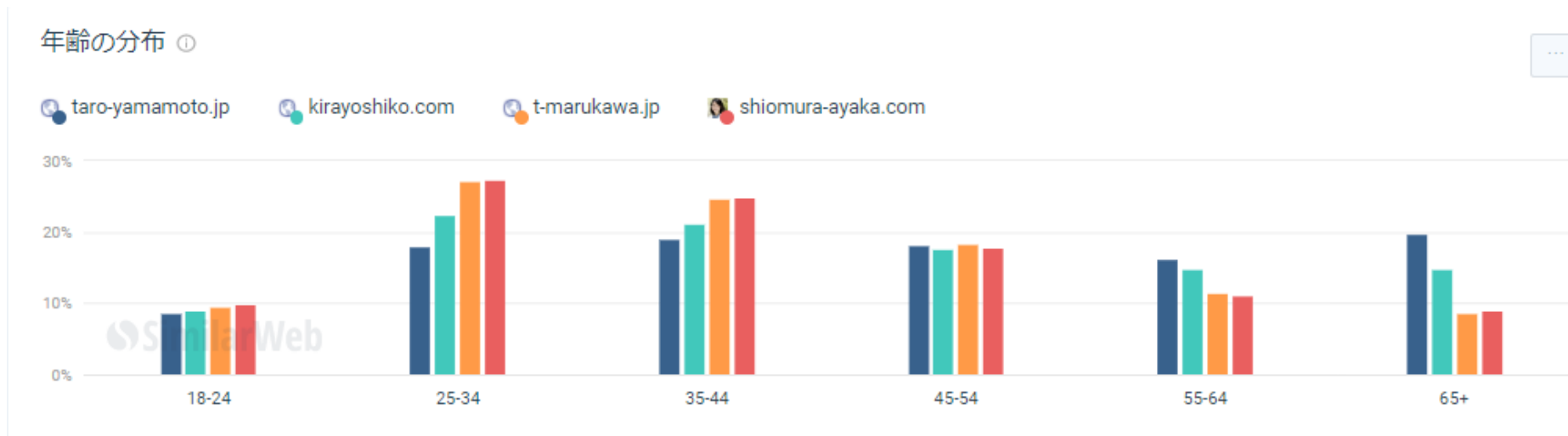
Mar 2019 - May 2019 デスクトップ

性別の分布 ①



若干、女性層が多いのは丸川。

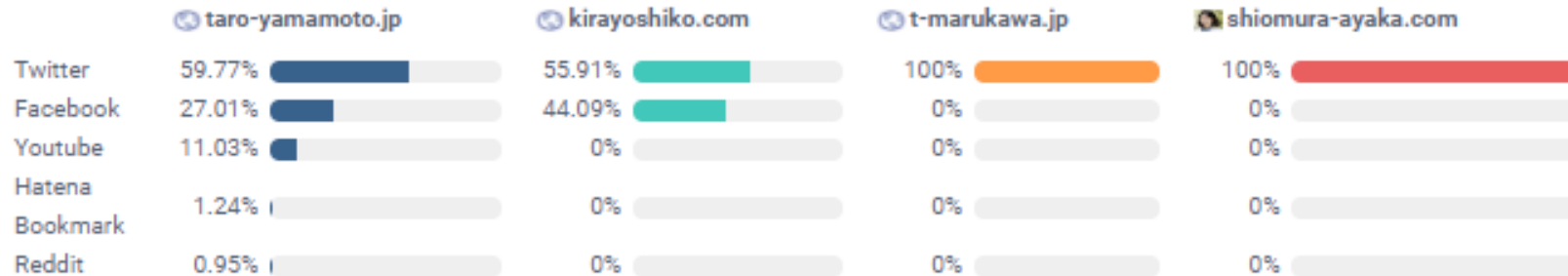
【検索上位 4 名】年齢別のアクセス



丸川、塩村は若年層が多い。山本は高齢者に強い。

【検索上位 4 名】 SNSからのアクセス

ソーシャルネットワーク



全員、Twitterを活用。

山本はFB、youtubeからも流入。吉良はFB。

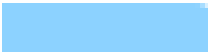
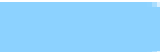
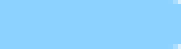
※SNSのうち、日本で最大ユーザー数のLINEは、セキュリティの高いSSLを使用しているためデータ取得ができずに不明

【検索上位 4 名】デバイス比較 PCかスマホか

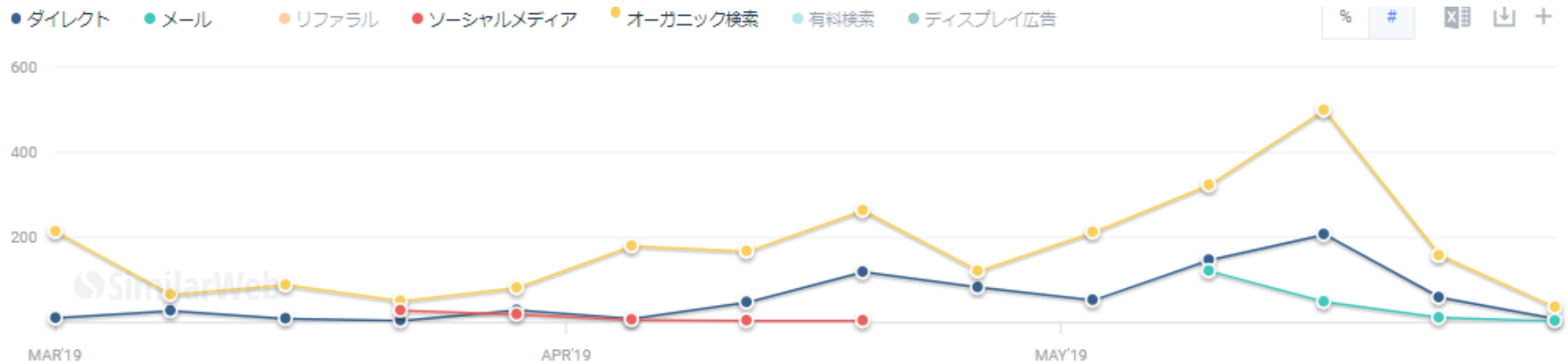
デバイス分布 ⓘ



Mar 2019 - May 2019, ⓘ ワールドワイド

Domain	Desktop	Mobile
🌐 taro-yamamoto.jp	26.30% 	73.70% 
🌐 kirayoshiko.com	41.04% 	58.96% 
🌐 t-marukawa.jp	34.17% 	65.83% 
 shiomura-ayaka.com	39.53% 	60.47% 

山口なつお氏の分析 月平均 29,512件のアクセス

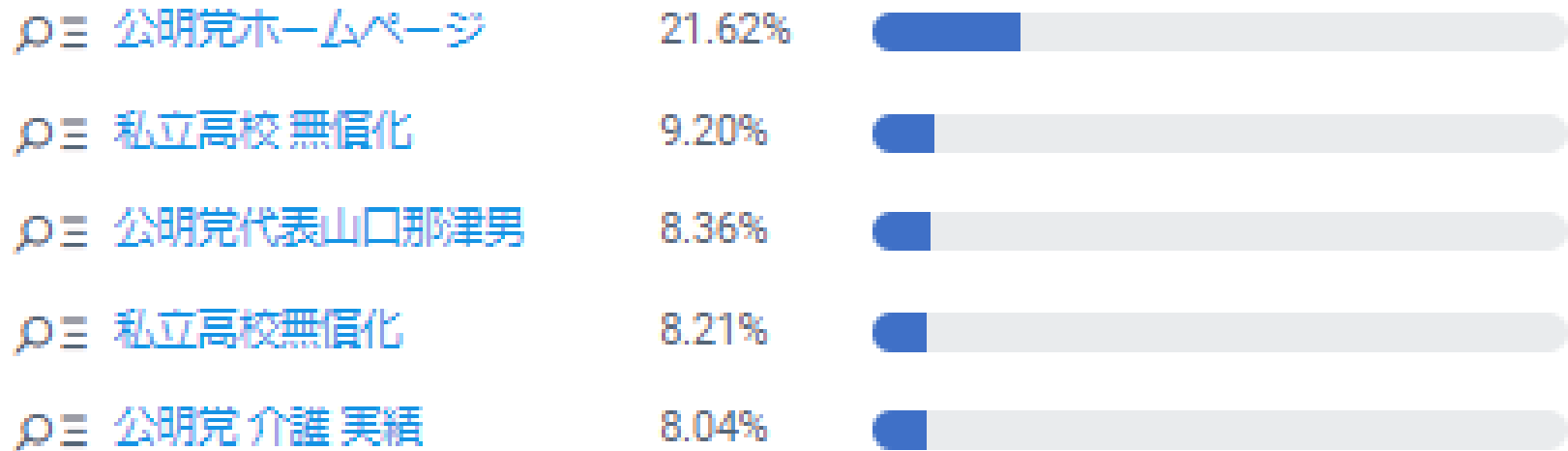


個人名検索では後手を取ったが、
アクセス数が多い。

その理由は・・・???????

山口なつお氏の分析 月平均 29,512件のアクセス

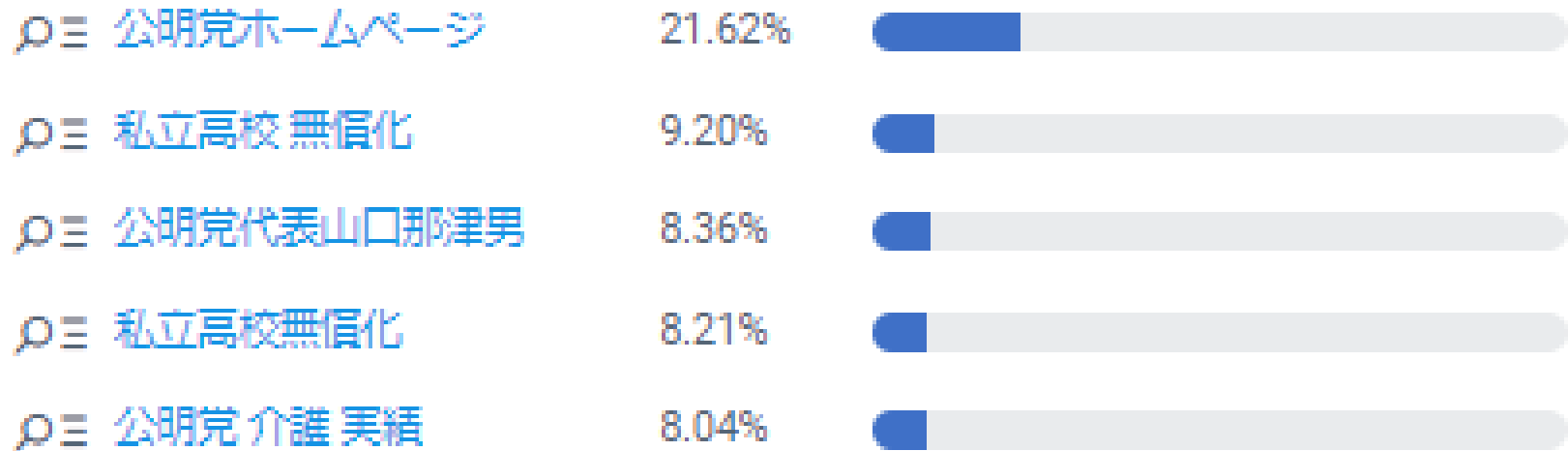
上位流入キーワード ▶ Organic ▼
Mar 2019 - May 2019, 🌐 ワールドワイド 🖥 デスクトップのみ



個人名以外で、党名検索や「私立高校 無償化」などのキーワードで、ホームページへの流入に成功している。

山口なつお氏の分析 月平均 29,512件のアクセス

上位流入キーワード ▶ Organic ▼
Mar 2019 - May 2019, 🌐 ワールドワイド 🖥 デスクトップのみ



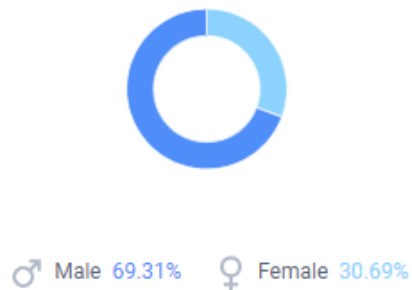
個人名以外で、党名検索や「私立高校 無償化」などのキーワードで、ホームページへの流入に成功している。

山口なつお氏の分析 月平均 29,512件のアクセス

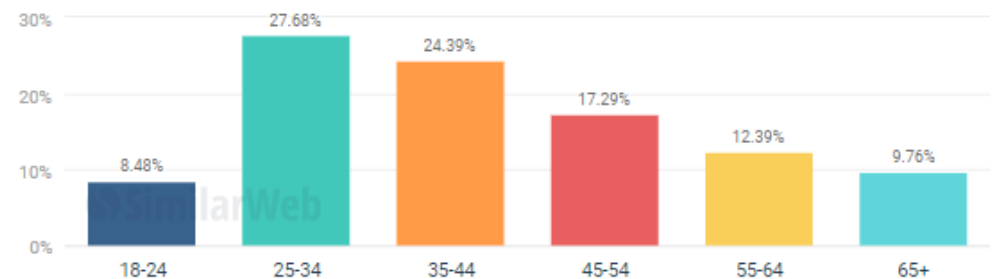
利用者層☆

Mar 2019 - May 2019 デスクトップ

性別の分布 ①



年齢の分布 ①



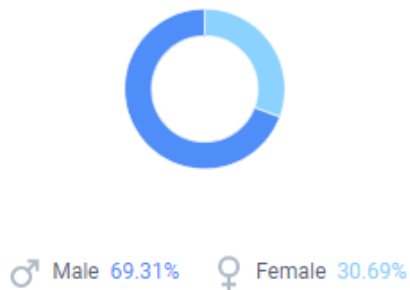
個人名検索の上位4名よりも女性のアクセス比率が高い。

山口なつお氏の分析 月平均 29,512件のアクセス

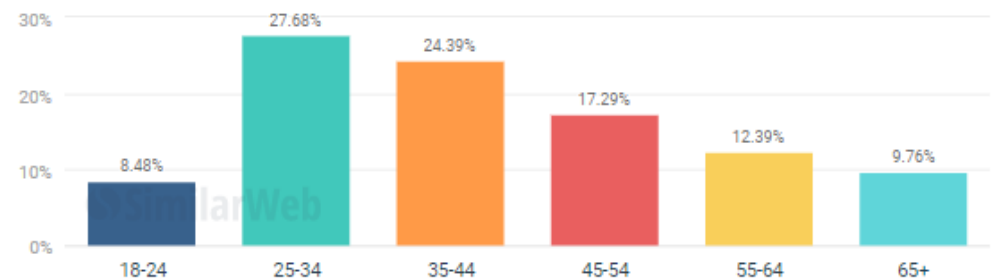
利用者層☆

Mar 2019 - May 2019 デスクトップ

性別の分布 ①



年齢の分布 ①



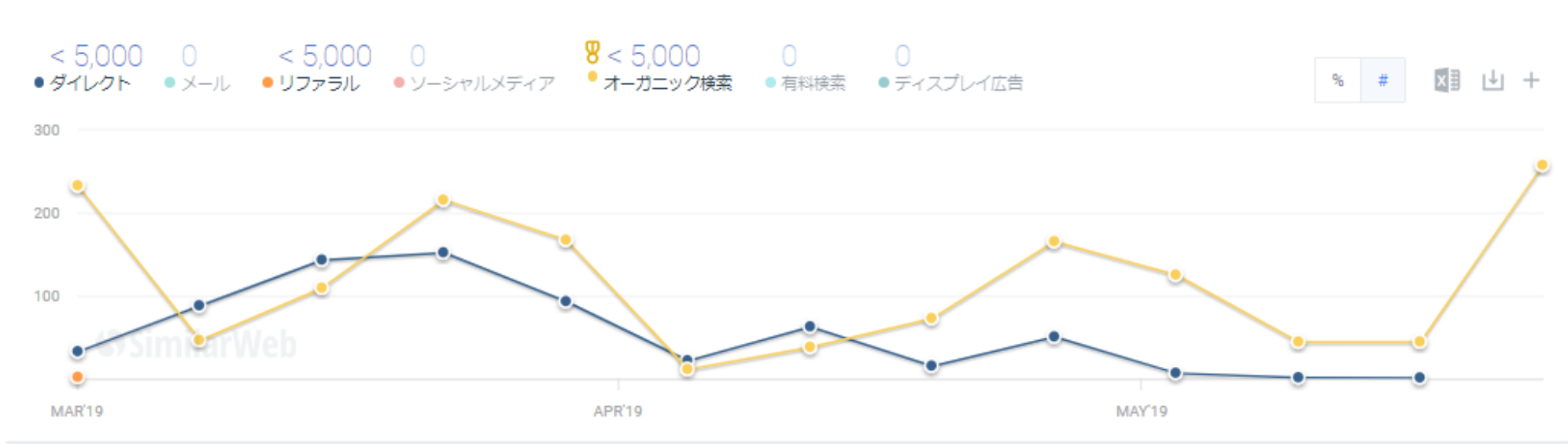
個人名検索の上位4名よりも女性のアクセス比率が高い。

「山口那津男」「山口なつお」の検索後

Domain (8)			Traffic Share ↓
☒	1	 ja.wikipedia.org	61.91%
☒	2	 n-yamaguchi.gr.jp	16.73%
☒	3	 livedoor.blogimg.jp	7.39%
☒	4	 komei.or.jp	5.75%
☒	5	 sangiin.go.jp	3.07%
☐	6	 blog.hitachi-net.jp	2.65%
☐	7	 jiji.com	2.10%
☐	8	 twitter.com	0.39%

自らのHPへの流入は16%、WIKIに61%に流入している。

武見敬三氏の分析 月平均 1000件弱のアクセス



ダイレクト、検索、それぞれ多くない。

統一地方選選挙の頃は、月1000件を突破したが、その後は苦戦。

ただし、選挙はアナログとデジタルの合計のため、アナログでの集票で当選圏内に入る可能性もある。

水野氏、山岸氏の分析 アクセス ほぼナシ

水野素子 <http://www.mizunomotoko.com/>

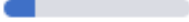
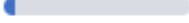
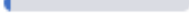
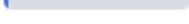
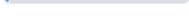
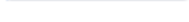
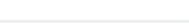
山岸一生 <https://yamagishi-issei.jp/>



利用可能なデータはありません

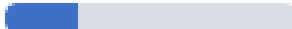
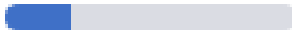
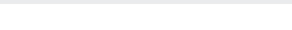
アクセスがほとんど検知できず解析不能。
ただし、選挙はアナログとデジタルの合計のため、アナログでの活動で
当選圏内に入ることもある。

「山岸一生」の検索後

Domain (15)		Traffic Share ↓
1	 sekaihanazoni.com	58.68% 
2	 asahishimbun-saiyou.com	15.99% 
3	 r.nikkei.com	5.22% 
4	 cdp-japan.jp	3.33% 
5	 iza.ne.jp	2.51% 
6	 asahi.com	2.32% 
7	 tokyo-sports.co.jp	2.25% 
8	 withnews.jp	2.22% 
9	 ja-jp.facebook.com	1.77% 
10	 bogonatsuko.blog45.fc2....	1.36% 

自らのHPへの流入はほぼゼロ。月2993件の検索を活かしきれなかった。SNSも国内ユーザー数3位のTwitterに限定しているため広がりが少ない。根本的なデジタル戦略の転換。もしくは、デジタルではなくアナログでの活動に希望をかける。

「水野素子」の検索後

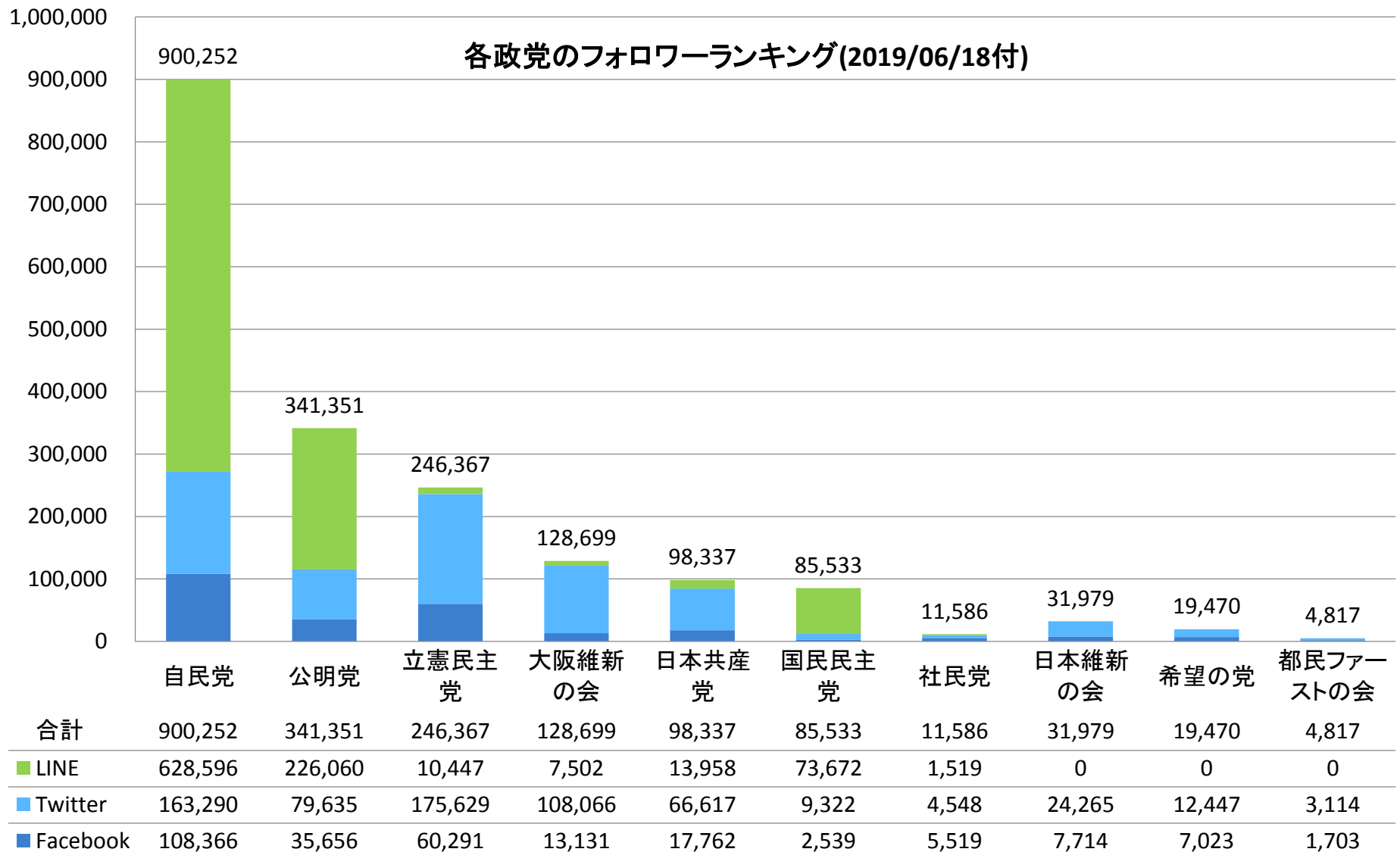
Domain (7)			Traffic Share ↓
☒	1	 dpfp.or.jp	24.76% 
☒	2	 facebook.com	22.94% 
☒	3	 lavender.5ch.net	15.25% 
☒	4	 tokyo-sports.co.jp	12.76% 
☒	5	 nikkei.com	10.08% 
☐	6	 pp.u-tokyo.ac.jp	9.75% 
☐	7	 nikkansports.com	4.47% 

月 3 3 7 件の検索と少ないが、党のホームページで受け止めた。
根本的なデジタル戦略の転換。もしくは、デジタルではなくアナログでの活動に希望をかける。

參考資料

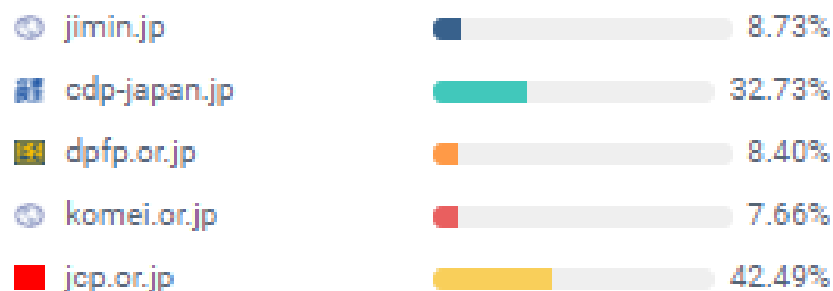


【SNS】全政党のSNSフォロワー数の比較



【SNS流入】 与党はFB&Twバランス、野党はTwitter

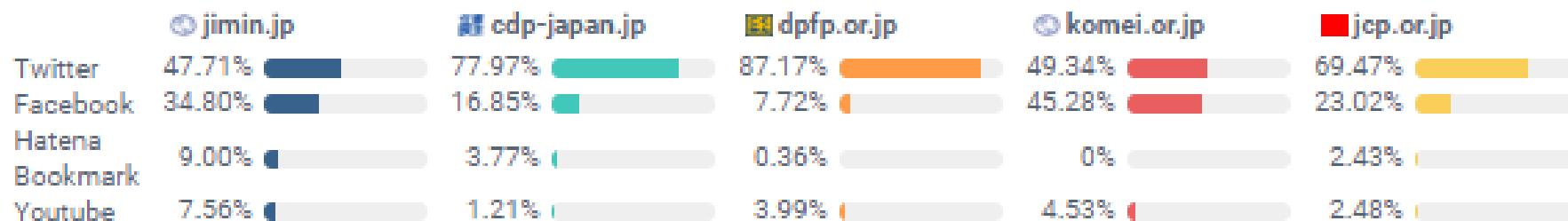
SOCIAL のトラフィックシェア



Socialからのトラフィックは
立憲と共産が多い。

F Bからもバランスをとれているのは、
自民、公明

ソーシャルネットワーク



※日本国内で最もユーザーの多いSNS「LINE」は他よりもセキュリティの高いSSLのため解析ができずに削除。他のSNSのみ分析。

参考用 SNSユーザー比率（総務省統計）

